Unidad I

LA COMUNICACIÓN Y EL SIGLO XXI

Definiciones del Concepto de Comunicación

La Comunicación ya ha sido un concepto trascendente durante el siglo XX, pero se ha transformado en un factor consustancial del siglo XXI.

Esa particular trascendencia se sostiene en el hecho de que en todo proceso de comunicación está presente la figura del **OTRO** y el Otro por su presencia, incluso por su ausencia, o más aún por su omnipresencia, es el protagonista del siglo XXI.

"La problemática del OTRO es el tema de la Comunicación" es una afirmación central sobre esta cuestión y debe ser comprendida en tanto es la problemática que constituye a la Comunicación como disciplina científica***,*** apoyándonos en la frase del escritor francés Frantz Fanon, ***"hablar es existir absolutamente para el OTRO".*** Y es un problema que necesitamos analizar ya que es difícil encontrar un equilibrio en la relación con el Otro. Si el Otro está demasiado cerca se vuelve inquietante y suele provocarnos una sensación de rechazo, pero si el Otro está demasiado lejos la distancia, y la diferencia, parece volverse infranqueable.

Cuanto mayor es la presencia del OTRO en nuestras vidas más importante resulta conocer las reglas de la comunicación y sus estrategias, y precisamente en nuestro tiempo el OTRO se ha vuelto omnipresente, en virtud de la multiplicación de los intercambios que hace posible la tecnología y el acceso masivo que generan los medios de comunicación. Nunca antes en la Historia de la humanidad como en nuestro tiempo las personas tienen la posibilidad de vincularse comunicacionalmente con mayor cantidad de personas. Por esa razón prestar atención al factor comunicacional hoy resulta de tanta importancia, y analizar esta práctica social y cultural como objeto de estudio nos permitirá entender de la mejor manera cómo funciona la comunicación.

Pensemos que hasta hace muy pocas décadas, por ejemplo la generación de nuestros abuelos, la posibilidad de que existiese un vínculo comunicativo entre personas se remitía solamente a la relación directa y a muy pocos casos, dada la poca circulación geográfica que esas personas podían tener.

Pero actualmente ya sea a través de medios electrónicos o mediante relaciones interpersonales no hay que perder de vista que no existe comunicación sin malentendidos, sin ambigüedades, sin pérdidas de tiempo, sin la aparición de significados inesperados, en definitiva, sin la posibilidad del fracaso de comunicar; no existe comunicación sin la posibilidad de que la comunicación no se produzca, por eso

hablamos de que la comunicación es una práctica cultural que tiene una forma, tiene normas y debe ser entendida adecuadamente para alcanzar el mayor éxito para comunicarse.

Pero, ¿qué es comunicación?

Comunicación es una palabra polisémica, es decir de múltiples significados, típica característica de conceptos que resultan amplios y abarcativos, donde nadie queda fuera, donde todos estamos involucrados. Podríamos comenzar a plantear su significado en base a la idea de que la comunicación es nuestro entorno cultural, vivimos en un verdadero “ecosistema comunicativo” donde todo lo que nos rodea son signos que intercambiamos las personas.

La definición básica de comunicación pertenece al siglo XII, proviene del latín, y responde a la idea de comunión, de *"Tener en Común"*, porque la comunicación es antes que nada un fenómeno normativo, interpersonal, de intercambio y encuentro con el Otro. No es posible una vida individual y colectiva sin comunicación. Por eso el prefijo “común” es posible encontrarlo en muchas palabras de nuestra lengua que refieren al conjunto, como comunidad, comunión o comuna.

En el siglo XVI se presenta un segundo significado del concepto “comunicación”, que es interpretar este término como transmisión o difusión. Este significado está ligado al desarrollo de las técnicas que aparecen para “comunicarse mejor” más allá del encuentro con el Otro. Esta perspectiva de transmitir o difundir en nuestro tiempo ha adoptado la forma de una herramienta comunicativa que facilita el desarrollo social y económico de una sociedad, para mejorar su funcionamiento. Por ejemplo, cuando me subo a un transporte público puedo no tener un encuentro trascendente con el chofer pero necesito comunicarme para que me acredite el boleto en su teclado y para eso debo transmitirle ese pedido y él ejecutarlo, y eso también es comunicación. Del mismo modo el supermercado puede no pretender una interacción interpersonal conmigo pero me envía un boletín por debajo de la puerta de mi casa con las ofertas del día, lo que hace es difundir su mensaje, eso también es comunicación.

La Comunicación participa en la construcción de los seres humanos, participando en su socialización, en la transmisión de su cultura, valores y creencias, ya sea por medio de la familia o del aprendizaje en la escuela y, últimamente, y de manera cada vez más temprana e importante, a través de un nuevo protagonista de esta difusión y transmisión de cultura que son los medios de comunicación.

Hasta hace 50 años los niños mantenían su primer vínculo comunicativo con sus padres y su familia, más tarde lo hacían con las personas cercanas a su familia y luego de unos años con la escuela, por eso la maestra era llamada “segunda madre” y la escuela “segundo hogar”; pero cuando apareció la televisión de manera masiva y ya

recientemente la internet y los nuevos medios tecnológicos al alcance de todos, los niños reciben acciones comunicativas de los más diversos orígenes y desde la más temprana edad a través de estos dispositivos tecnológicos.

El filósofo coreano Byung-Chul Han sostiene que en este tiempo nos miramos tanto a nosotros mismos que ignoramos al otro, y sin la presencia del OTRO la comunicación degenera solo en un intercambio de información, desaparece la primera definición y solo queda la segunda: las relaciones se reemplazan por las conexiones, y así solo nos vinculamos con lo igual, porque lo igual tiene una ventaja sobre lo diverso, ¡no duele! Lo igual no nos cuestiona, lo igual no nos interroga, lo igual no nos contradice… por eso lo igual es el infierno de un mundo de un solo color y una sola melodía, necesitamos de lo diverso y de lo distinto para crecer.

Pero debe quedar en claro que más allá de las diversas ópticas que registra la definición de la comunicación, y las formas que puede adoptar este intercambio, toda idea de comunicación confluye en la imperiosa necesidad de la interacción con OTRO.

La doble dimensión de la Comunicación

Como ha quedado en claro al definirla, la Comunicación tiene una doble dimensión, una dimensión normativa o humanista y una dimensión funcional o instrumental; es decir, la comunicación como impulso para el crecimiento y desarrollo del individuo y la comunicación como herramienta de interacción social y económica.

La **dimensión normativa** corresponde al sentido de compartir, es el ideal de la comunicación de intercambiar y de comprenderse. Toda comunicación supone la existencia de reglas y de códigos para comunicarse, de normativas. Nadie aborda al Otro de manera “natural”[1], siempre hay entre las personas una serie de normas comunicativas que permiten llegar al objetivo de ponernos en contacto con el Otro.

Nadie nace “sabiendo comunicarse”, es un aprendizaje que constituye la transmisión de esas normas, y de esa cuestión se ocuparán la familia y la educación en el proceso de socialización de las personas, en definitiva, lo *normativo* hace de la comunicación una práctica cultural que permite la continuidad de una sociedad. Debemos entender la cultura como la forma de vida de un grupo social, es el conjunto de particularidades que definen a una comunidad, su historia, sus valores, sus creencias, sus experiencias, sus comidas, su arte, sus formas de divertirse, su lengua, etc., es decir aspectos compartidos en una

[1] Definimos lo “natural” como aquello que es dado por nuestra naturaleza humana, caminar por ejemplo. Todas nuestras conductas que no son naturales son culturales, es decir aprendidas dentro de nuestra sociedad, andar en bicicleta por ejemplo.

determinada sociedad que establecen ciertas formas de ser y estar en el mundo, cierto modo de vivir. Y cada sociedad se diferencia, o se parece, a otra en base a su cultural.

Y la práctica de comunicarse es un factor cultural, que incluye la lengua, el modo de dirigirse a las personas, formas de construir el pensamiento, es decir reglas de comunicación que constituyen la dimensión normativa, que es *el cómo* de la comunicación.

La **dimensión funcional** de la comunicación responde a la necesidad de comunicarse que tiene todo cuerpo social, tanto para los intercambios económicos de bienes y servicios, como para las leyes y normas que hacen a la convivencia de una sociedad. Aquí las reglas tienen aún más importancia que en la dimensión interpersonal ya que no persigue el solo objetivo de comprender al OTRO sino que tienen un interés o una necesidad específica que se comprueba en la eficacia del contacto, que es la posibilidad de que una correcta comunicación permita a las personas funcionar dentro del sistema productivo y de consumo o en la organización de una sociedad. La comunicación es en esta dimensión una función destinada a darle eficacia al accionar social, a que las personas intercambien mensajes para el normal desarrollo de su vida cotidiana. Es *el para qué* de la comunicación.

La Comunicación tiene en definitiva una doble hélice que la impulsa, esta doble hélice se compone por aspectos normativos y funcionales.

El Ecosistema Comunicativo

La comunicación es una red de interacciones y relaciones simbólicas entre las personas que afecta a todos los comportamientos que se dan en la vida institucional y cotidiana. [2] Es esta una definición teórica pero muy concreta.

Hablamos de interacciones y relaciones simbólicas porque son símbolos los que intercambiamos en la comunicación, lo hacemos cuando hablamos, cuando escribimos, cuando vemos una película, cuando pedimos una ayuda, cuando compramos en el kiosco, cuando reímos o cuando lloramos, lo que hacemos es emitir un símbolo que debe ser comprendido por el OTRO en base a la existencia de un código común.

Es por ello que diariamente convivimos inmersos en el fenómeno comunicacional de manera casi permanente, sea cual sea el espacio que en algún momento del día ocupemos para nuestras acciones estamos emitiendo o recibiendo símbolos.

---

[2] Barbero, Jesús. Cultura/Tecnicidades/Comunicación. En Tres espacios lingüísticos ante los desafíos de la mundialización: Actas del Coloquio Internacional, París, 20 y 21 de marzo de 2001

A este espacio general le llamaremos ***Ecosistema Comunicativo***, es decir el ambiente en que desarrollamos nuestra vida, y que se encuentra atravesado por la comunicación y por símbolos, en donde la tecnología ocupa un lugar muy importante por supuesto, pero el ecosistema comunicativo no es simplemente vivir rodeados de tecnología.

Dado que la tecnología es un elemento sustancial a la hora de analizar la comunicación de nuestros días, es conveniente definir a qué nos referimos cuando hablamos de Tecnología puesto que no se trata exclusivamente de máquinas y dispositivos, sino también de la manera en que esas máquinas y dispositivos nos revelan la realidad en la que vivimos, es decir, la tecnología del siglo XXI no son solo computadoras, robots, internet y celulares, sino su impacto en nuestra forma de vivir en una realidad en la que la computación y los avances en comunicación son parte ineludible de la actualidad. No se trata de "las máquinas" sino de qué relación social se mantiene por medio de esas máquinas.

Por ejemplo, si hablamos de tecnología mencionamos a los teléfonos celulares, pero el concepto no se agota en el elemento técnico "celular", sino que incluye el impacto que tiene en nuestra idea sobre el tiempo, sobre las relaciones con nuestros amigos y familiares, sobre el trabajo, sobre las imágenes, sobre nuestra tendencia a fotografiar y fotografiarnos, sobre qué nos pasa cuando lo olvidamos o lo perdemos, etc.

Volviendo al tema, la definición básica de ecosistema es la de "una comunidad de seres vivos cuyos procesos vitales se relacionan entre sí y se desarrollan en torno a un mismo ambiente". Por ello el concepto de ecosistema es aplicable a la comunicación ya que toda nuestra vida y nuestras relaciones transcurren en función de un entorno en el que la comunicación (incluidas sus expresiones tecnológicas) está presente como si se tratase de un ambiente *natural*.

Obviamente lo de ambiente *natural* es una metáfora, ya que el ecosistema comunicativo no es fruto de la naturaleza sino de un entorno generado en base a las dimensiones normativa y funcional de la comunicación, es decir, es obra de las sociedades, comunicarse es una práctica cultural. Por esa razón no es lo mismo el ecosistema comunicativo de un habitante de Buenos Aires que el de un habitante de París o el de uno de Beijing, y no hablamos solo de la diferencia entre las lenguas o la mayor o menor tecnología de la que se disponga.

Si el ecosistema comunicativo fuera un ambiente *natural* supondríamos que lo que nos rodea y atraviesa lo hace más allá de nuestra voluntad, que nos comunicamos más allá de nuestros deseos, y que los dispositivos y las herramientas comunicativas no son fruto de la creatividad humana, o que las normas de comunicación siempre han estado allí, y no habría diferencia entre comunicarse en Buenos Aires, en París o en Beijing, y esto no es así.

La comunicación está presente en el hogar, en la escuela, en los centros comerciales, en las oficinas, en las fábricas, en los espacios de ocio, en el espacio público, a nivel personal, a nivel local, a nivel regional y a nivel global, ningún espacio ni ningún momento escapa al fenómeno comunicativo, estamos rodeados de comunicación.

Pero como vivimos en un entorno cultural, un marco de relaciones que es una creación humana, todas nuestras interacciones con la realidad no se dan de manera directa sino que entre nosotros y las circunstancias existen influencias, factores que inciden en nuestra mirada y comprensión de las cosas, prácticas culturales que nos significan, nos expresan, a todos esos factores les llamaremos ***mediaciones***.

Las mediaciones son variadísimas: comunican al sujeto con un objeto, a sujetos entre sí, al adentro y el afuera, a lo sagrado y lo profano, a lo ocurrido y lo posible, al ayer y el mañana. Sin mediaciones comunicativas el ser humano estaría incapacitado de comprender y transformar su realidad. Y esas mediaciones están dadas por signos y técnicas que componen la cultura: herramientas, convenciones, imágenes, clase social, escrituras, rituales, cultos, relojes, medidas, espejos, leyes, dioses, miedos, memoria, esperanza, instituciones, todo esto y más está en el medio de cada uno de nosotros y nuestra comprensión de la realidad.

Me comunico con alguien **por medio** de palabras o gestos, me informo **por medio** de la televisión o la radio, comprendo esa información televisiva **por medio** de mi experiencia y conocimiento, aumento mi conocimiento **por medio** de la escuela, me conduzco en la escuela **por medio** de normas, me relaciono con mis amigos **por medio** del celular, me comunico con dios **por medio** de un ritual, me contacto con el tiempo **por medio** del reloj, puedo saber si estoy lejos o cerca **por medio** del sistema métrico, me relaciono con mi aspecto externo **por medio** del espejo, me relaciono con mi aspecto interno **por medio** de un ejercicio de meditación, me comporto en sociedad **por medio** de leyes, recuerdo a mis ancestros **por medio** de la memoria, me vinculo con el futuro **por medio** de la esperanza, me curo **por medio** de la medicina, entiendo la realidad **por medio** de mi marco de ideas, construyo mi marco de ideas **por medio** de mis experiencias y mi familia, tomo decisiones de consumo **por medio** de mis amigos, establezco relaciones de poder **por medio** de mi posición socio-económica, me emociono ante una obra de arte **por medio** de mi sensibilidad, me vinculo con el arte **por medio** del lugar donde vivo, y así hasta el infinito.

Y por supuesto todas estas constantes mediaciones y muchas más no se dan en solitario, porque el pensamiento propio está mediado por previos pensamientos ajenos, las conductas propias están mediadas por conductas ajenas, los valores propios están mediados por valores ajenos, por eso es que podemos decir que “nadie piensa en solitario”, siempre estamos en relación con lo ya pensado por otros y sobre lo cual agregamos lo propio.

Básicamente existen dos tipos de mediaciones, las llamadas innatas y las históricas.[3]

Las **mediaciones innatas** son las que no están sometidas a cambios sino que acompañan a la totalidad de los humanos desde siempre, por ejemplo: capacidad de reconocer y generar símbolos, facultad lingüística, el juego, la imaginación, la percepción del tiempo y el espacio, el imaginario colectivo[4], la memoria, la narración, la esperanza, lo sagrado, lo trascendente, la socialización.

Las **mediaciones históricas** son las generadas por la cultura, dependen del tiempo y el espacio geográfico de cada sociedad y están condicionadas por las mediaciones innatas. Aquí encontramos a las tecnologías como la escritura, el libro, la imprenta, la televisión, Internet, las convenciones icónicas (visuales), las modas, los estilos. El hombre es un hacedor de tecnologías (mediadores), es un *Homo Faber* permanente, y la comunicación es una práctica atravesada desde siempre y de manera sostenida por dispositivos, desde la escritura a la campana, de la imprenta a la computadora.

Este Ecosistema Comunicativo cuenta actualmente con la clara hegemonía de la comunicación visual (comunicación icónica) por sobre la comunicación tipográfica (comunicación escrita); porque nuestras experiencias hoy se ligan claramente más a una imagen que a una palabra.

La existencia de este Ecosistema Comunicativo hace que debamos concebir la vida cotidiana como parte de una cultura comunicacional, incluyendo todo lo que realizamos diariamente ya sea como individuos o como parte de una sociedad.

Como manifiesta el sociólogo español Manuel Castells, lo que está cambiando en nuestro tiempo es la capacidad de utilizar productivamente, en base al avance tecnológico, lo que siempre ha sido la cualidad distintiva del ser humano: el procesar símbolos.

Procesar símbolos es lo que esencialmente hace cualquier ser humano cuando habla, cuando piensa, cuando escribe, cuando diseña, cuando mira televisión, cuando juega, cuando sueña y en casi todas sus actividades cotidianas, vivimos procesando símbolos, somos ***animales simbólicos***.

Lo que sucede en el siglo XXI es que esa capacidad de procesar símbolos ha sido potenciada de modo exponencial por la tecnología y aplicada a la generación de riqueza a partir del uso de las comunicaciones a distancia o de los aparatos cibernéticos. Así por medio del procesamiento de información (símbolos) se hacen transacciones comerciales,

---

[3] Duch, L. y Chillon, A., Un Ser de Mediaciones. Antropología de la Comunicación Vol. I. Ed. Herder, Madrid, 2012.

[4] El concepto de "imaginario" es utilizado en ciencias sociales para indicar la mentalidad, la cosmovisión o la conciencia de un hombre o de un conjunto de personas que comparten esa misma forma de mirar la realidad.

se producen bienes destinados al ocio y el entretenimiento, se robotizan las fábricas, se ama, se intercambia, se interrelaciona todo el planeta.

Por esta razón es que los mediadores tecnológicos de la Comunicación deben ser entendidos no como meros dispositivos para comunicarse sino como nuevas formas de percibir la realidad y nuevos lenguajes, producto de nuevas sensibilidades y nuevas escrituras.

Cada vez más las fronteras entre saber e información, entre saber experto y experiencia personal, se van volviendo más tenues, más difusas, porque al compartir todos el mismo ecosistema de comunicación las fuentes del conocimiento se van des-concentrando de su centro de difusión, por ejemplo la escuela, y se van dispersando, y hoy ya no solo en las entidades educativas es posible aprender y no solamente la cultura del libro es la única legítima transmisora de conocimientos.

El saber circula, no se estaciona en ningún instituto especializado, sino que se atreve a mezclarse con el mundo de la experiencia. Nunca en la historia de la humanidad ha circulado tan libremente el conocimiento como en nuestro tiempo, ya no se encuentra encerrado en lugares sagrados o establecidos para su acceso. Ni la escuela es ya el único lugar del conocimiento ni los docentes los exclusivos poseedores del saber.

En el siglo pasado la comunicación, entendida como transmisión de valores y de símbolos para dar forma a un modo de vivir, tenía clara referencia en la familia y en la escuela; en nuestro siglo se ha insertado un poderoso tercer protagonista: los medios de comunicación tradicionales y las nuevas tecnologías.

Existe aquí un problema que debemos comprender y es que la escuela, antes el centro exclusivo de transmisión de conocimiento, y la familia como difusora de valores y socialización, hoy deben competir en ese aspecto con el centro neurálgico del Ecosistema Comunicativo que son los medios de comunicación, esencialmente los medios audiovisuales. En este marco la escuela debe dejar esa tradicional actitud defensiva de considerarse atacada y por ende rechazar a los medios y las tecnologías como “malos”, para encarar una nueva etapa de búsqueda de inclusión e intercambio con esos otros saberes que ya han dejado de pertenecer solo a la escuela y que son parte del intercambio fluido de la comunicación en nuestra sociedad.

Y una de las razones de la pérdida de centralidad de la escuela en la difusión de saberes radica en que tradicionalmente la escuela ha estado unida al uso de la palabra y un importante factor de cambio de las nuevas sensibilidades que genera el Ecosistema Comunicativo es que la escritura y el discurso lineal elaborado por la razón está dejando de ser la forma de comunicación más aceptada en Occidente, ya no es la palabra el casi monopólico y más importante elemento que adoptan nuestras formas de comunicación, con la aparición protagónica del mundo audiovisual las palabras han comenzado a

retroceder y pasa a compartir espacio con la emoción propia del lenguaje de las imágenes.

Este ecosistema comunicativo ha cambiado la cultura, estamos dentro de la Cultura de la Imagen, un modo de vivir inmerso en un ecosistema de símbolos mediados a través de pantallas, por las emisiones televisivas, por las películas de cine, por las filmaciones de video, por los celulares, por los videojuegos, por los portales de internet, por la publicidad y el marketing.

Vivimos en lo que el pensador francés Guy Debord llamó “la sociedad del espectáculo”, pero no le dio ese nombre porque seamos una sociedad bombardeada por una sucesión de imágenes espectaculares, sino porque vivimos en permanentes relaciones sociales entre personas mediatizadas a través de imágenes. De nuevo, no es la cosa (imagen) lo importante sino las consecuencias que se derivan de la existencia de esa cosa (relación con las imágenes).

El encuentro y entrelazamiento de palabras e imágenes en la comunicación de nuestro tiempo dentro de este Ecosistema Comunicativo, no solamente ha multiplicado y hecha mas densa la red de informaciones y comunicaciones en base a la tecnología sino que ha modificado las formas de sentir y entender el mundo, ha modificado las formas y el fondo, ha transformado las visiones y las sensibilidades. Estamos frente a lo que Walter Benjamin llamó **nuevo *sensorium***, es decir nuevos modos de sentir y percibir la realidad, de oír y de ver nuestro alrededor, que ha modificado el *sensorium c*on el cual la humanidad se manejó durante el siglo pasado.

Reflexionemos en base a la siguiente frase del sociólogo francés Marc Augé

> “La verdad es que la imagen no es lo único que ha cambiado. Lo que ha cambiado, más exactamente, son las condiciones de circulación entre lo imaginario individual (por ejemplo, los sueños), lo imaginario colectivo (por ejemplo, el mito), y la ficción (literaria o artística). Tal vez sean las maneras de viajar, de mirar, de encontrase las que han cambiado, lo cual confirma la hipótesis según la cual la relación global de los seres humanos con lo real se modifica por el efecto de representaciones asociadas con las tecnologías, con la globalización y con la aceleración de la historia”.

Expliquemos esta frase.

El concepto de “imaginario” es utilizado en ciencias sociales para indicar la mentalidad, la cosmovisión o la conciencia de un hombre o de un conjunto de personas que comparten esa misma forma de mirar la realidad. El *imaginario social* es lo que mantiene unida a una sociedad bajo una misma forma de pensar y sentir.

Uno de los componentes fundamentales del Imaginario Social son los mitos. Por ejemplo el mito de que los jóvenes son revoltosos y rebeldes, o que las mujeres son más débiles que los hombres o que los disciplinados son más estudiosos, o que el nosotros es más valioso que el ellos. Al formar parte del imaginario social los mitos organizan el comportamiento de los grupos, porque se consideran “naturales”, perdiéndose de vista que ese imaginario, que esos mitos, son construcciones socioculturales. Por eso para cambiar esos mitos del imaginario debe primero modificarse las prácticas sociales, y eso es lo que ha pasado con los cambios operados en la comunicación y sus prácticas.

Si el imaginario es un conjunto de significaciones que permiten organizar la realidad y hace que los miembros de una sociedad coincidan y acepten una serie de premisas comunes (mitos), ese imaginario afecta nuestras emociones y nuestros deseos.

Por eso nuestro imaginario está cambiando respecto al entendimiento del rol de la mujer en la sociedad a partir de su total integración al funcionamiento económico de la comunidad, o de incluir a la imaginación y sensibilidad como parte de la inteligencia de las personas en un mundo que valoriza la creatividad, o nuestra relación con el cuerpo cuya visión colectiva ha cambiado a partir de la modificación de las prácticas sociales, a la ampliación de libertades, al predominio de lo visual y la valorización del placer.

Por eso al cambiar la práctica social de la comunicación se ha modificado el imaginario social o personal y eso es lo que nos dice Augé, y es que en medio de este Ecosistema Comunicativo marcado por la ruptura del monopolio de la palabra y de la racionalidad en base a las novedades de la circulación de saberes y la imagen, se han modificado también las formas personales y sociales de ver el presente y el futuro, los sueños personales y los mitos sociales, las creaciones culturales, las formas de ver y de vincularse entre los seres humanos.

Lo que ha cambiado es mucho más que una forma de comunicarse entre las personas, porque la centralidad del acto de comunicación en la naturaleza humana es tan importante que hace que ese cambio se haya convertido en una profunda transformación general de nuestro *sensorium*, de nuestra visión del mundo. El Ecosistema Comunicativo es totalmente distinto al de nuestros abuelos o nuestros padres, del mismo modo la visión del mundo de nuestro siglo XXI difiere sustancialmente de la que tenían las generaciones que nos anteceden.

Los modos de la Comunicación

Cuando se habla de comunicación se habla de transmitir mensajes y el modo básico de comunicación es el lenguaje.

Cuando dos personas entablan un diálogo se comunican, pero ninguna de esas personas inventó ese lenguaje ya que es parte de su cultura, estaba allí antes de esas personas y